



Principle Of Marketing

Search this site

- บทที่1**
ความหมายของการตลาด
การตลาดกับการสร้างอรรถประโยชน์ต่อผู้บริโภค
ความสำคัญของการตลาด
ส่วนประสมทางการตลาด
การตลาดกับการขาย
ข้อแตกต่างระหว่างการตลาดกับการขาย
- บทที่2**
แนวความคิดทางการตลาด
การบริหารการตลาด
การวางแผนการตลาด
- บทที่3**
บทบาทการตลาด
หน้าที่การตลาด
- บทที่4**
สิ่งแวดล้อมทางการตลาด
สิ่งแวดล้อมภายในกิจการ
สิ่งแวดล้อมภายนอกกิจการ
- บทที่5**
ตลาด
การแบ่งส่วนตลาด
การกำหนดตลาดเป้าหมาย
การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- บทที่6**
พฤติกรรมผู้บริโภค
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค
กระบวนการตัดสินใจซื้อ
บทบาทที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าหรือบริการ
- บทที่7**
ความหมายของผลิตภัณฑ์
ระดับของผลิตภัณฑ์
ประเภทของผลิตภัณฑ์
ส่วนประสมผลิตภัณฑ์
การตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
การตัดสินใจเกี่ยวกับตราสินค้า
การตัดสินใจเกี่ยวกับป้ายฉลาก
การตัดสินใจเรื่องการบริหารจัดจำหน่าย
วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
- บทที่8**
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดราคา
วิธีการกำหนดราคา
นโยบายและกลยุทธ์การกำหนดราคา
- บทที่9**
ช่องทางการจัดจำหน่าย
หน้าที่ของช่องทางการจัดจำหน่าย
ระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย
ประเภทของช่องทางการจัดจำหน่าย
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อช่องทางการจัดจำหน่าย
ความหมาย ความสำคัญของช่องทางการจัดจำหน่าย
ความหมายและประเภทของร้านค้าปลีก
ความหมายของการค้าส่ง
ความหมายของการกระจายตัวสินค้า
ความหมายของการขนส่ง

วิธีการกำหนดราคา

การตั้งราคาบวกจากต้นทุน (Cost-Plus Pricing)

เป็นการตั้งราคาโดยการบวกจำนวนเปอร์เซ็นต์จำนวนหนึ่งเข้ากับต้นทุนของสินค้า หรือราคาของสินค้าการตั้งราคาวิธีนี้นิยมในกิจการค้าและกิจการค้าปลีกเพราะถือว่าเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดแต่การบวกจำนวนเปอร์เซ็นต์นี้จะต้องคำนวณอย่างถี่ถ้วนเพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายทางตรงและค่าใช้จ่ายทางอ้อมแต่จะบวกมากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าด้วย เช่น ถ้าเป็นสินค้าที่ขายตามฤดูกาล (Seasonal Peak) หรือสินค้าตามสมัยนิยมแล้ว มักจะมีการบวกเปอร์เซ็นต์ไว้สูงในระยะเริ่มแรกหรือในขณะที่กำลังเป็นที่นิยม ทั้งนี้เพื่อจะได้ชดเชยในภายหลังที่สินค้าล้าสมัย หรือไม่เป็นที่นิยมและมีสต็อกค้างอยู่ แต่สินค้าประเภทสะดวกซื้อ (Convenience Goods) เป็นสินค้าที่ต้องซื้อบ่อย ซื้อหาได้ง่ายและเป็นสินค้าที่มีการแข่งขันกันมาก จึงต้องมีการบวกเปอร์เซ็นต์ต่ำ อาจเป็น 10% ได้แก่ สบู่ ปากกา ดินสอ นูหรี่ ยาสีฟัน เป็นต้น สำหรับสินค้าที่ขายได้ไม่บ่อยนัก หรือสินค้าที่ต้องใช้เนื้อที่ในการวางสินค้ามากแล้วจะมีการบวกเปอร์เซ็นต์ไว้สูง เช่น เฟอร์นิเจอร์หรือถ้าเป็นสินค้าที่มีผู้ซื้อค่อนข้างจะมีฐานะดีก็จะมีการบวกเปอร์เซ็นต์ไว้สูงกว่าสินค้าที่มีผู้ซื้อผู้มีฐานะยากจน เช่น เครื่องเพชร 46% ร้านขายเสื้อผ้า 41% กล้องถ่ายรูป 28% หนังสือ 34% และสินค้าตามสมัยนิยมสำหรับผู้หญิง 50% เป็นต้น การตั้งราคาบวกจากต้นทุนได้รับความนิยมเพราะ

- 1) เหมาะสำหรับกิจการที่ไม่ทราบถึงต้นทุนสินค้าแน่นอนเพราะการตั้งราคาแบบนี้จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงแม้ว่าอุปสงค์ของสินค้าจะเปลี่ยนแปลง
- 2) เป็นวิธีการที่ทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก ไม่ต้องเสียเวลาในการปรับปรุง
- 3) ทำให้มีการแข่งขันด้านราคาน้อยเพราะราคาที่จะออกมาจะเท่า ๆ กัน และ
- 4) ทำให้เกิดความยุติธรรมระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย

กล่าวคือ ถ้าอุปสงค์มีการเปลี่ยนแปลงผู้ขายจะไม่ถือโอกาสขึ้นราคาเอาเปรียบผู้ซื้อ เพราะถือว่าได้รับผลตอบแทนที่ยุติธรรมแล้วการตั้งราคาโดยวิธีบวกจากต้นทุน สามารถกำหนดได้ 2 อย่าง คือ

1. คิดจากต้นทุนของสินค้า (Markup on Cost) ในการตั้งราคาโดยคำนึงถึงต้นทุนนี้ สามารถพิจารณาการตั้งราคาได้ 2 อย่าง คือ การตั้งราคาโดยบวกจากต้นทุนรวมและการตั้งราคาโดยบวกต้นทุนผันแปร ดังนี้

1.1 การตั้งราคาโดยบวกจากต้นทุนรวม

ตัวอย่าง บริษัทผลิตสินค้าชนิดหนึ่งมีต้นทุนรวม 200 บาท ต่อหน่วย ผู้ผลิตต้องการส่วนบวกเพิ่ม 15% จากต้นทุนสินค้า ดังนั้น ราคาขายสินค้าจะเป็น 230 บาท

คำนวณ

ราคาขายสินค้าต่อหน่วย = ต้นทุนสินค้ารวมต่อหน่วย + ส่วนบวกเพิ่มที่ต้องการ

$$= 200 + 30 = 230 \text{ บาท}$$

(ส่วนบวกเพิ่ม 15% ที่ต้องการ = $\frac{15 \times 200}{100} = 30$ บาท)

1.2 การตั้งราคาโดยบวกจากต้นทุนผันแปร

ตัวอย่าง บริษัทมีต้นทุนผันแปรในการผลิต 50 บาทต่อหน่วย ต้นทุนผันแปรจากการขาย 10 บาท และได้กำหนดอัตราส่วนบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปร 20% บริษัทควรตั้งราคา สินค้าเท่าใด

บทที่10
 ความหมายของการส่งเสริมการตลาด
 กระบวนการสื่อสาร
 แนวความคิดการสื่อสารทางการตลาดแบบผสมผสาน
 ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด
 การโฆษณา
 การประชาสัมพันธ์
 การส่งเสริมการขาย
 การขายโดยวิธีพนักงานขาย
 การตลาดทางตรง

บทที่11
 เทคโนโลยีกับธุรกิจ
 ความจำเป็นที่ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจ
 การนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานด้านการตลาด
 สำคัญสำคัญของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 ประโยชน์ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
 จรรยาบรรณนักการตลาด

About Us.
 About Me

คำนวณ ราคาสินค้าที่ขาย = ต้นทุนผันแปร + ส่วนบวกเพิ่ม

$$= (50 + 10) + \frac{(20 \times 60)}{100}$$

$$= 60 + 12 = 72 \text{ บาท}$$
 ดังนั้น บริษัทจึงตั้งราคาสินค้าเท่ากับ 72 บาท

2. กิจจากราคาขายสินค้า (Markup on Selling Price)

ตัวอย่าง บริษัทมีต้นทุนที่ซื้อสินค้ามาเพื่อขาย 45 บาทต่อหน่วย ถ้าต้องการส่วนบวกเพิ่ม 10% ของราคาขาย จะต้องกำหนดราคาขายเท่าใด

คำนวณ ราคาขาย = ต้นทุนสินค้าที่ขาย + ส่วนบวกเพิ่มที่ต้องการ

$$100\% = \text{ต้นทุนสินค้าที่ขาย} + 10\%$$

$$\text{ต้นทุนสินค้าที่ขาย} = 100 - 10 = 90\%$$
 จากโจทย์ ต้นทุนสินค้าที่ขาย 45 บาท = 90% ของราคาขาย 90% ซึ่งเท่ากับ 45 บาท

$$100\% = \frac{45 \times 100}{90} = 50 \text{ บาท}$$

ดังนั้น ต้องกำหนดราคาขาย = 50 บาท
 จึงจะได้ส่วนบวกเพิ่ม = $\frac{10 \times 50}{100} = 5 \text{ บาท}$

หรือคำนวณแบบใช้พีชคณิตได้ดังนี้

สมมติราคาขาย เป็น x บาท
 ต้องกำไร 10% ของ x
 จึงหาต้นทุนได้ดังนี้
 ขาย 100 บาท ต้นทุน 90 บาท
 ขาย x บาท ต้นทุน 90 บาท $\frac{90 \times x}{100} = \frac{90x}{100}$

แต่โจทย์บอกต้นทุนสินค้า = 45 บาท
 $\therefore \frac{90x}{100} = 45$
 $x = \frac{45 \times 100}{90} = 50$
 \therefore ราคาขายสินค้า = 50 บาท

3. วิธีบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ (Mark up Chain)

เป็นการตั้งราคาขายสินค้าโดยบวกเพิ่มจากราคาขายของคนกลาง ซึ่งการตั้งราคาของคนกลางจะต่างกับผู้ผลิต เพราะต้นทุนของคนกลางมักจะเป็นค่าเช่าคลังสินค้า ค่าเก็บรักษาสินค้า ค่าเช่าร้าน เป็นต้น ซึ่งหากที่จะแยกออกมาเป็นต้นทุนของสินค้าได้ นอกจากนี้แล้ว คนกลางมักจะจำหน่ายสินค้าหลายชนิด ดังนั้นในการตั้งราคาที่ง่ายที่สุดจึงเป็นการบวกเพิ่มเข้าไปในต้นทุน หรือราคาขายของสินค้าที่ซื้อมาโดยการกำหนดเปอร์เซ็นต์ที่คิดว่าจะบวกเพิ่มให้กับสินค้าต่าง ๆ แต่ก็ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าด้วย

ตัวอย่าง บริษัทผู้ผลิตใช้ต้นทุนการผลิต 27 บาทต่อหน่วย ผู้ผลิตต้องการส่วนบวกเพิ่ม 10% ของราคาขาย ดังนั้นจะขายสินค้าในราคา 27+3 = 30 บาท แสดงได้ดังนี้

ราคาขาย = 30 = 100%	ราคาขาย = 37.50 = 100%	ราคาขาย = 62.50 = 100%
ส่วนบวกเพิ่ม = 3 = 10%	ส่วนบวกเพิ่ม = 7.50 = 20%	ส่วนบวกเพิ่ม = 25 = 40%
ต้นทุนสินค้า = 27 = 90%	ต้นทุนสินค้า = 30 = 80%	ต้นทุนสินค้า = 37.50 = 60%
ผู้ผลิต	ผู้ค้าส่ง	ผู้ค้าปลีก

คำนวณ ราคาขาย = ต้นทุน + ส่วนบวกเพิ่มที่ต้องการ

$$= \frac{27 \times 100}{90} = 30 \text{ บาท}$$
 หรือ ราคาขาย = $\frac{27 \times 100}{90} = 30 \text{ บาท}$

ความคิดเห็น

คุณไม่มีสิทธิ์เพิ่มความคิดเห็น

